

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศหนึ่งที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างมากและเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่มีอำนาจการต่อรองสูง (แดงอ่อน มั่นใจตน, 2542) อีกทั้งยังเป็นประเทศผู้นำทางด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น การเปิดเสรีทางการค้า การขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและที่สำคัญชาวไทยมีการติดต่อทำธุรกิจกับชาวญี่ปุ่นมากขึ้น ในทางกลับกัน ชาวญี่ปุ่นก็เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น การมุ่งสู่ต่างประเทศของธุรกิจญี่ปุ่นเห็นได้ชัดเจนขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนตั้งโรงงานและลงทุนในหลักทรัพย์ (Emest Gundling, 2542) จากจุดนี้ถือโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของนักธุรกิจชาวไทย เพราะถือเป็นการขยายตลาดไปสู่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งถือเป็นชาติที่มีกำลังซื้อสูง

ที่จังหวัดเชียงใหม่มีชาวญี่ปุ่นเข้ามาอยู่อาศัยเพื่อทำธุรกิจและเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในด้านการทำธุรกิจนั้นสิ่งที่เห็นได้ชัดคือ บริษัทจากประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทยนั้นมีสัดส่วนการลงทุนถึงร้อยละ 46 (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2547) ซึ่งถือว่ามากที่สุดเมื่อเทียบกับชาติอื่นๆ นอกจากนี้ที่นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูนซึ่งมีที่ตั้งอยู่ใกล้จังหวัดเชียงใหม่มีโรงงานที่มีสัญชาติผู้ถือหุ้นเป็นชาวญี่ปุ่นเข้ามาตั้งจำนวน 38 แห่ง (นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ, 2547) ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่มากและถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชาวไทยหลายคนมีงานทำโดยเฉพาะนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่หลายแห่งมีโอกาสได้ไปทำงานที่บริษัทของชาวญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน สำหรับด้านการท่องเที่ยวที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีกำลังซื้อสูงเนื่องจากค่าครองชีพในประเทศไทยเมื่อเทียบกับที่ประเทศญี่ปุ่นถือว่าแตกต่างกันมากส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายในราคาที่ถือว่าสูงสำหรับชาวไทยแต่ถือว่าน้อยสำหรับชาวญี่ปุ่น การที่จะทำธุรกิจกับชาวญี่ปุ่นได้ราบรื่น การที่จะมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานเมื่อต้องการทำงานกับชาวญี่ปุ่นนั้นผู้ที่มีความรู้ภาษาญี่ปุ่นจะมีความได้เปรียบเนื่องจากชาวญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูงและนิยมใช้ภาษาญี่ปุ่นในการติดต่อสื่อสารมากกว่าที่จะใช้ภาษาต่างชาติ เช่น ภาษาอังกฤษ ในความเป็นจริงนั้นคนชาติอื่นที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจกับชาวญี่ปุ่นจะตระหนักได้ว่าปัญหาในการสื่อสารคืออุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งเพราะญี่ปุ่นถือเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญประเทศหนึ่งในการดำเนินธุรกิจระดับโลก นักธุรกิจชาวต่างประเทศที่ต้องทำงานในญี่ปุ่น หรือต้องทำงานกับบริษัทญี่ปุ่นในต่างประเทศอาจประสบปัญหาในการสื่อสาร

ซึ่งเกิดจากค่านิยมและคตินิยมในวัฒนธรรม ธรรมเนียมในการดำเนินธุรกิจ และภาษาที่แตกต่าง (Emest Gundling, 2542)

ภาษาญี่ปุ่นได้รับความนิยมในหมู่นักเรียนนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นทุกปี เนื่องจากเป็นภาษาที่สำคัญในการประกอบอาชีพภาษาหนึ่ง กระแสความนิยมภาษาญี่ปุ่นเริ่มขยายวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ จากเดิมที่เคยเปิดสอนภาษาญี่ปุ่นในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา ปัจจุบันมีการเปิดสอนภาษาญี่ปุ่นทั่วไปทั้งในสถาบันราชภัฏ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล โรงเรียนสอนภาษาทั่วไป (ทัศนีย์ เมธาพิสิฐและคณะ, 2546) สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ความนิยมในการเรียนภาษาญี่ปุ่นสามารถสังเกตได้จากจำนวนของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีถึง 18 แห่ง (สถานกงสุลใหญ่ญี่ปุ่น เชียงใหม่, 1 กันยายน 2547) และในจำนวน 18 แห่งนี้มีทั้งสถาบันที่สอนภาษาญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียว สถาบันที่สอนภาษาญี่ปุ่นควบคู่กับภาษาต่างประเทศอื่น ๆ และสถาบันที่มีการเปิดสอนวิชาอื่นๆด้วย เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นต้น และพบว่าในปัจจุบันมีสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นที่กำลังเปิดทำการสอนภาษาญี่ปุ่นเพียงอย่างเดียวจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนภาษาญี่ปุ่นเชียงใหม่ โคลิโซเอ็ดดูเคชั่นเซ็นเตอร์ อาจารย์คัมภีร์ บ้านภาษาญี่ปุ่น โฮคุโตะเจแปนนิสแลงเกจฟออยน์ สมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่นภาคเหนือในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งสถาบันเหล่านี้มีการมุ่งเน้นการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่น โดยเฉพาะ การมีสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นจำนวนมากขนาดนี้ทำให้มีสภาพการแข่งขันที่สูง เพื่อความอยู่รอดของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชนท่ามกลางการแข่งขัน ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลของการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับเจ้าของสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในการพิจารณาวางแผนการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น และเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจจะลงทุนในกิจการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชน ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจจะลงทุนในกิจการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชน

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่น หมายถึง สถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นเอกชนที่กำลังเปิดสอนภาษาญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียวและมีที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 6 แห่ง ดังนี้

1. โรงเรียนภาษาญี่ปุ่นเชียงใหม่
2. โคคุโซ เอ็ดดูเคชั่นเซ็นเตอร์
3. อาจารย์คัมภีร์
4. โฮคุโตะ เจแปนนิส แลנגเกจ ฟอ์ยน์
5. บ้านภาษาญี่ปุ่น
6. สมาคมนักเรียนเก่าญี่ปุ่นภาคเหนือ ในพระบรมราชูปถัมภ์